

お魚スーパーマーケットランキング 5

—過剰漁業・違法漁業・強制労働を生む薄利多売モデルに変化を

今マグロ漁が揺れている。数千億円にも上る世界有数の産業であるマグロ漁業。周知のとおり、その80%を日本で消費している。マグロの刺身や寿司が彩った、年の瀬やお正月のお祝いの席も多かったことだろう。その人気ぶりは、スーパーの折り込みチラシや宅配寿司の投げ込みチラシ、回転寿司チェーン店のCMに、初セリのニュースなどからも明らかだ。和食の代表として食されているマグロ6種の全てが（準）絶滅危惧種だと言うのに、その側面には注目してもらえないのが悲しい現実だ。

懸念すべきは資源だけではない。世界的な薄利多売のトレンドの陰に違法漁業や強制労働、児童労働といった、にわかには信じられない実態がある。昨年、世界有数のツナ缶製造シェアを誇る、水産加工会社のタイ・ユニオン・グループが強制労働問題で取り沙汰された¹。また、昨年末にはAP通信がむきエビ工場で児童が働かされていたと報道した²。一大産業であるマグロ漁業も例外ではない。過去のグリーンピースの調査からも、シャークフィニングなどの違法行為や³、時には数ヶ月以上に及ぶマグロ漁において、船員が日常的な暴力行為を受けていたことなどが発覚している⁴。目の届かない広大な海での出来事、これらは氷山の一角に過ぎない。

私たちの食べている魚介類はどうだろう？ 過剰漁業による海の生態系破壊撲滅のためだけでなく、違法漁業や強制労働などの許されざる行為を根絶していくためにも、生産・流通がグローバル化した今、消費者が商品を口にする所から漁業者に至るまで、サプライチェーンの全貌を明らかにすることが求められる。マグロやウナギをはじめとする、世界有数の魚介類消費国である日本。その食卓で消費される魚介類のおよそ7割がスーパーマーケットで販売・購入される。小売業における魚介類の調達方針の導入・改善をなくして、これら問題の撲滅は成し得ない。

国際環境 NGO グリーンピース・ジャパンは、2015年12月8日から2016年1月8日にかけて、国内スーパーマーケット大手5社（イオン、イトーヨーカドー、西友、

¹ <http://www.nhk.or.jp/kokusaihoudou/archive/2015/06/0615.html>

² <http://bigstory.ap.org/article/8f64fb25931242a985bc30e3f5a9a0b2/ap-global-supermarkets-selling-shrimp-peeled-slaves>

³ <http://tuna.greenpeace.org/en/stories/shark-identification-with-a-little-help-from-our-friends/>

⁴ <http://tuna.greenpeace.org/en/stories/these-are-the-videos-the-tuna-industry-doesnt-want-you-to-see/>

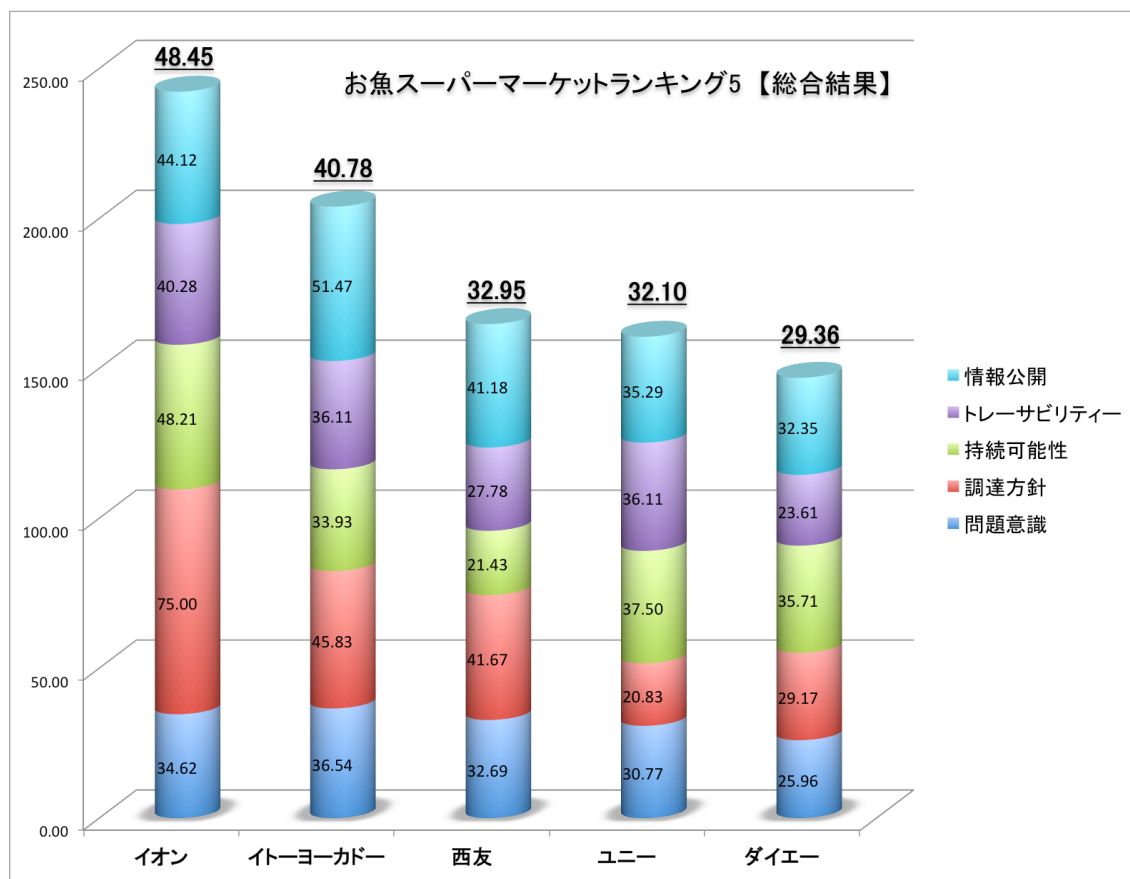
ダイエー、ユニー) に対して、魚介類の調達方針に関するアンケート調査を実施し、全 5 社より回答を得た。

豊かな海を次世代に残すため、グリーンピースは行政に対して、持続可能性を最優先とした漁業や流通における規制強化を要請している。また小売りや外食店に対して、絶滅危惧種や乱獲されている種の取り扱いを中止し、持続性が担保されている魚介類を積極的に扱う「持続可能な魚介類の調達方針」を策定・実施し、サプライチェーン及び行政への働きかけを強化するよう求めている。その取り組みの一環として、各社の魚介類の調達方針を定期的に調査・評価し「お魚スーパーマーケットランキング」の形で公開している。

1. 大手スーパーマーケット 5 社の取り組み

総合結果

「お魚スーパーマーケットランキング 5」では、日本のスーパーマーケット大手 5 社に対し、過剰漁業における「問題意識」、取り扱う魚介類の「調達方針」「持続可能性」「トレーサビリティ」「情報公開」の 5 項目においてアンケート調査を実施し、その回答を評価した。第 5 回目を迎えた今回は、各社がこれまでに導入・改善してきた調達方針が実際の魚介類の調達に反映されているか、その取り組みの具体性に、より注目した。方針は、策定・導入しただけでは、不十分だ。言わば「理想」が明文化された調達方針が、きちんと機能してサステナブルに魚介類を調達できてこそ意味があり、そこに企業の本気度が表れる。消費者が知りたいのは理想や建前ではなく、実際のところだ。



最も評価が高かったスーパーは、昨年もトップを飾ったイオンだった(48.45 ポイント)。イオンとそれに追従するイトーヨーカドー (40.78 ポイント) の 2 社は、ともに 2016 年 1 月現在までに文章化された独自の『持続可能な調達方針』を導入している企業だが、ポイントの差を生み出したのは、具体的な取り組みがあるかどうかだった。これは、「理想」を明文化したものである調達方針が、実際の魚介類の調達に反映されているか、またはその意欲の度合いとも言える。一方で、昨年イトーヨーカドーと同率 2 位だった西友は 32.95 ポイントで 3 位に甘んじた。米ウォルマートを親会社に持つ同社には、ウォルマート社の調達方針が適用されるのだが、日本語で明文化されていないこと、また具体的な取り組みに欠けたことが要因だ。第 4 位のユニーは、32.10 ポイントと、その差はわずかだった。今回最も苦戦したダイエー (29.36 ポイント) は、2015 年 1 月にイオンの完全子会社となった同社は、調達方針もそれに準ずるが、現在もあるダイエー店舗で販売される魚介類商品の調達にどこまで反映されているのか、根拠に欠けた。

調査項目 1「問題意識」について

この調査項目では、過剰漁業による海洋生態系破壊全般、および急務とされる絶滅危惧種について、また、違法漁業や強制労働など法的・倫理的問題についての具体的な取り組みを尋

ねることで、問題意識の度合いを測った。

大前提として、絶滅危惧種や資源が著しく減少している種を扱うことは NG だ。その理由からも、この項目では、各社に大きなポイントの差はなかった。各社回答から、日本の食文化と表されるマグロ類やウナギのほとんどが（準）絶滅危惧種であることは、どのスーパーも認識している。ところが、取り扱いの中止や取扱量の削減といった具体的な取り組みはほとんどなく、とりわけマグロ類においては乏しい。行動しなければ知らないのと一緒である。

特筆すべきは、全体を通してのイオンの回答の詳細さである。前回、第 4 回のランキングで伝えた、同社の「水産資源の持続可能な利用推進」検討委員会だが、2015 年の課題に対する取り組みとして、認証商品の常設コーナー「Fish Baton」を始めたことや産卵期の太平洋クロマグロの取扱量を削減したことは大きな動きだ。

また、違法漁業などへの取り組みとしては、ユニーを除く 4 社は、何かしらサプライヤー（取引先）に対する文章化された遵守事項を設けていることがわかった。だが、現実として、複雑な水産加工流通においてどこまで目が行き届くのか、特にプライベートブランド以外では心許ないものだ。

調査項目 2 「調達方針」について

この調査項目では、文章化された調達方針の有無、前回アンケート調査実施時（2014 年 12 月）よりの改善点、調達方針を実際の調達に落とし込む意思決定フローの有無、また調達方針が公平性や社会的説明責任にかかる問題や IUU（違法・無報告・無規制）漁業を防げるか、さらにはサステナブルかつ公平な魚介類の調達に向けての具体的な取り組み予定を聞いた。

本調査実施現在、文章化された独自の調達方針があるのは、イオンとイトーヨーカドーだ。一方で、イオングループの一員になったダイエーは、調査票のほとんどの回答において、イオンと全く同じ内容の回答であった。調達方針は策定だけでなく、公開と実施がセットとなって効果をなす。ダイエーにおいては、その公表方法がイオンのホームページ上であること、ダイエーのホームページからの誘導がないことなど、また補足で回答内容の根拠などを問い合わせた際の回答などから、公開・実施ともに満たしていないと判断した。また、各国に子会社を持つ世界最大の小売企業ウォルマートを親会社に持ち、グループの一員として諸々のウォルマートのポリシーに準ずるとする西友は、日本語訳された「サプライヤーのための基準」はあるが、魚介類などを含む資源の持続可能な利用に配慮した方針の公開が求められる。

また、次回以降に期待したいのがユニーだ。同社は、文章化されてはいないものの、設問に対し、「環境・食育貢献でき可能な限りトレースできる水産物を調達する。自然資源の違法な取引、採取、漁獲のものは取り扱わない。」と回答、また文章化も検討中とのことだ。

前回調査実施時（2014年12月）より、改善された調達方針や基準の具体例としては、イトーヨーカドーが同社の持続可能な調達基本方針に基づき、2015年2月12日に「イトーヨーカドーうなぎ、クロマグロに関する調達方針」を策定したことが挙げられる。ヨーロッパウナギや代替ウナギの取り扱いをしない等の内容だ。ニホンウナギについては、資源回復を考慮し、通年での取り扱い種類と数量を限定すること、クロマグロについては、巻網の30kg以下の扱いを削減してゆくとのことだが、明確な内容についての提示はなかった。

各社が調達方針を実際の魚介類に反映させるための意思決定フローについてだが、回答から体系化されたフローが確認できたのはイオンだった。同社は、「『持続可能な調達／水産物アセスメント会議』に基づき『水産資源の持続可能な利用推進』検討委員会を設置し、喫緊の問題の魚種についてはリスク評価を実施し対策」していると回答。さらに拡大し、危急ではないが資源が減少している魚種に対しても具体的な取り組みを要請したい。

同社は、公平性や社会的説明責任にかかる問題についても、2004年に人権や労働環境などにおける国際基準であるSA8000認証を取得している。西友はウォルマートの「サプライヤー基準」、イトーヨーカドーは「セブン&アイ HLDGS.お取引先行動指針」に基づいて仕入れを行うとのことだが、各社ともに、これら方針の実効性がサプライヤーを遡っても効力のあるものに高まることを望む。

調査項目3「持続可能性」について

この項目では、調達方針に従って実際に魚介類商品を調達するために必要な基準、ワシントン条約掲載種や資源が枯渇している魚種の取り扱い、混獲や人工集魚装置(FADs)などの破壊的な方法で漁業を行う漁業や漁業者との取り引き、認証商品などの取り扱い、そして持続可能な調達の実現に向けてNGOなどの外部専門団体との連携の有無について尋ねた。

各社ともに、十分な基準があると言えないのは、絶滅危惧種や日本近海で獲れる資源が低位と評価されている魚種の取り扱いについてだ。唯一、文章化された基準を持つのがイオンだ。定期的に行われる水産資源のリスクアセスメントの結果をもって、「水産資源の持続可能な

利用推進」検討委員会にて、資源が回復するまでの取り組みを協議、その結果が文章化される。こういった体制を整えることは、他社にも早急に取り入れてもらいたい点だが、今後はさらにリスクアセスメントが実施される魚種の拡大と、資源回復までの取り組み内容の強化を期待したい。

混獲や漁獲対象以外の魚種の混獲を助長する FADs について問うと、その実態をはっきりと把握できていないスーパーが多かった。これは、トレーサビリティと深く関係するが、各社が確認根拠としたサプライヤーとの商談時の口頭での確認や商品仕様書などの確認書類では網羅されない項目なのか、はたまたその問題性が認識されていないかのどちらかだ。

認証商品などの持続可能性が確保された魚介類商品については、各社ともに取扱総量の 1 割程度に過ぎない数種のみ取り扱いだが、イオンは 15 魚種 MSC・ASC 商品を扱う。また、認証商品に特化した売場の常設も始めた。消費者がサステナブルな魚介類を選択できる機会が増えること、またこれをきっかけに消費者の認知度も上がることを望む。

さらに、海外では、企業が持続可能な魚介類の調達を実現するために、専門機関や NGO などと連携することは今や当たり前になったが、日本ではこれからだ。イオンや西友は、情報収集や社員教育などで積極的に協働している。マグロやウナギに近海魚種の資源減少と、ますます状況の悪くなる今、いち早くサステナブルな調達を可能にするには、解決策を提案する専門団体との連携が不可欠だ。

調査項目 4 「トレーサビリティ」について

この項目では、取り扱いのある全魚介類商品の種、漁獲海域、漁獲者/漁船、漁法/漁具、漁船から店舗までの全流通経路に加え、漁獲枠の遵守やブラックリスト/洋上転載/違法漁業に関わっていないかを特定できているかどうかを尋ねた。

基本的に各社ともに高い割合を回答しているが、その確認方法は前回同様であり、商談時の口頭での確認や、取引先との「商品カルテ」「商品仕様書」「商品履歴書」「委託者名義変更通知書」等の書類での確認が主であり、取引先からの情報に依然として依存していることが明らかになった。その上で、「お取引先で管理している情報が完全でない場合がある」（西友）、「天然の魚介類は、JAS法での表記（主に県名）に限定し、産地市場より前は、トレースすることが不可能な状況」（イオン）、「商品履歴書やメーカーからの提出書類、養殖商品は履歴等と、商流、物流網記載より確認」（イトーヨーカドー）、「仕入れ伝票、仕入れ商談、仕様書、工場監査等にて確認」（ユニー）等の回答が示す通り、その情報が十

分でない場合や信ぴょう性のない可能性も認識している。引き続き、消費者がトレーサビリティの確立された魚介類をスーパーマーケットで購入することは、難しい実態があると言える。

ポイントに差をつけられてしまったのは西友とダイエーだ。西友は、全ての回答に対し一律90%とし、割合算出根拠について補足を求めると「調査票の回答の通り」とのことだった。全ての情報をサプライヤー側に依存している状態で、複雑な水産・加工流通のほぼ全てをどう把握しているのか。ダイエーは、イオンの回答を丸写しにしており、いくらグループの一員とは言え、ダイエーとイオンで販売している商品やその割合、取引先が全て同じでないことは明らかなことから、その算出根拠に信ぴょう性がない。

トレーサビリティを確立することが、IUU 漁業や強制労働などを排除することにつながる。各社は、独自の取り組みを強化するとともに、行政やサプライチェーンに対しても積極的に改善を要請する必要がある。

調査項目 5 「情報公開・透明性・持続可能な魚介類の促進」について

この項目では、持続可能な魚介類の調達方針、魚介類商品の漁獲海域、魚種名、漁法・漁具、漁獲日、資源状態や環境負荷に関する情報を消費者に公開しているかを尋ねた。また、調達方針の社員教育やサプライヤーへの義務付け、監査等、そして放射能汚染に関する質問も実施した。

持続可能な魚介類の消費を促進するためには、価格や鮮度だけでなく、資源状態や漁獲による環境負荷についての十分な情報を消費者に提示すること、そしてその情報を参考に、消費者が選択購入できる体制を構築する必要があるが、回答からは十分とは言えない。特に調達方針をホームページ上で公開するだけでなく、積極的にその必要性と具体的な取り組みを消費者に伝えるべきだ。

2. 豊かな海と魚を次世代に残すには

今年、2016年10月に第17回ワシントン条約締約国会議が南アフリカで開催される。太平洋クロマグロやニホンウナギなどの資源状態が変わらず深刻であることが話題となるだろう。その大部分が日本で消費されているこれらが付嘱書に記載され、輸出入に制限がかかることもあるやもしれない。太平洋クロマグロやニホンウナギにとっては願ってもない吉報だろう。ようやく個体数回復のチャンスが来る。でも、私たちは困る。食べられなくなることを懸念してではない。日本が、自己管理のできない消費大国というレッテルを貼られることになることだ。さらにその先、2020年には東京オリンピック・パラリンピックが待っている。このままでは、提供する魚介類のほとんどを海外から輸入したエコ認証商品でもてなさざるをえないかもしれない。

いつでも、好きなものを、好きなだけ、食べられるようになった日本市場。その皺寄せを受けているのは、魚だけではない。日本の大手スーパーの情報網を持ってしても、追いきれないほどに複雑な水産・加工流通を経てもなお「安い」商品の陰には、違法漁業や強制労働などの法的・倫理的に問題のある行為が潜んでいるかもしれない。いずれの問題も、まずは実態を知ることが重要だ。そして、持続可能な魚介類の調達方針の策定と実施によって、不透明なサプライチェーンをクリーンアップする心ある行動が求められている。

現在、日本の食卓に並ぶ魚介類の約70%はスーパーマーケットで購入されている。グリーンピース・ジャパンでは、スーパーマーケットやデパートをはじめとする小売業に対し、1) 資源が回復するまで絶滅危惧種を販売しないこと、2) 持続可能な方法で獲った魚を販売すること、3) 取り扱いのある魚介類の資源状況を店頭で公開することを要請する「マグロの赤ちゃんを守って！ Save my Baby」キャンペーンを展開している。

<http://www.greenpeace.org/japan/ja/Action/SaveMyBaby/>

参考資料：<http://www.greenpeace.org/japan/seafood5/>

<本件に関する問い合わせ>
国際環境 NGO グリーンピース・ジャパン TEL: 03-5338-9800
海洋生態系担当：小松原和恵 TEL: 080-3002-5502
広報担当：土屋亜紀子 TEL: 080-3930-3342
URL: www.greenpeace.org/japan